
ANALISIS EMPIRIS TINGKAT MISINFORMASI DAN KEPERCAYAAN PENGGUNA TERHADAP OUTPUT ARTIFICIAL INTELLIGENCE PADA MASYARAKAT UMUM

Satriya Miharja¹⁾, Jimmy²⁾, Benny³⁾, Mangihut Tua Ambarita⁴⁾, Ronny Adrian⁵⁾ William Syahputra⁶⁾
Sistem Informasi, Teknik Informatika
Universitas IBBI
Jalan Sei Deli No.18 Medan, Sumatra Utara, Indonesia,
e-mail: satria@marcotania.com¹⁾
ID ORCID : <https://orcid.org/0009-0003-1940-5024>

Abstrak

Perkembangan Artificial Intelligence (AI) generatif telah meningkatkan penggunaan teknologi digital dalam kehidupan masyarakat, namun juga memunculkan risiko misinformasi akibat ketidakakuratan output AI. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara pengalaman masyarakat terhadap misinformasi AI dan tingkat kepercayaan pengguna terhadap output AI dengan perilaku verifikasi sebagai variabel moderasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap masyarakat umum pengguna AI generatif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner skala Likert 1–5 yang terdiri dari variabel Pengalaman terhadap Misinformasi AI, Tingkat Kepercayaan, dan Perilaku Verifikasi. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, regresi linear, dan Moderated Regression Analysis (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman terhadap misinformasi AI berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan pengguna. Semakin tinggi pengalaman pengguna terhadap kesalahan informasi AI, maka tingkat kepercayaan terhadap output AI cenderung menurun. Selain itu, perilaku verifikasi terbukti mampu memoderasi hubungan tersebut dengan mengurangi dampak negatif misinformasi terhadap kepercayaan pengguna. Penelitian ini menegaskan pentingnya literasi digital dan perilaku verifikasi dalam penggunaan AI generatif secara kritis dan bertanggung jawab.

Kata kunci : AI; misinformasi AI; kepercayaan pengguna; perilaku verifikasi; AI generatif.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dalam beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan yang sangat pesat. Kehadiran teknologi AI generatif seperti ChatGPT, Gemini, Claude, dan Copilot telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, menyusun dokumen, melakukan pencarian data, hingga mendukung aktivitas pendidikan dan pekerjaan. AI kini tidak hanya digunakan oleh kalangan profesional teknologi, tetapi juga telah digunakan secara luas oleh masyarakat umum dalam aktivitas sehari-hari. Kemudahan penggunaan, kecepatan respons, dan kemampuan menghasilkan informasi secara instan menjadikan AI sebagai salah satu teknologi digital yang paling cepat diadopsi di dunia.

Di sisi lain, perkembangan AI juga memunculkan berbagai persoalan baru, terutama terkait kualitas dan validitas informasi yang dihasilkan. Sistem AI generatif bekerja berdasarkan pola data pelatihan dan probabilitas bahasa, sehingga tidak selalu menghasilkan informasi yang benar secara faktual. Kondisi ini menimbulkan fenomena yang dikenal sebagai *AI hallucination* atau kesalahan informasi yang tampak meyakinkan namun sebenarnya tidak akurat. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa AI memiliki potensi besar dalam menghasilkan dan memperkuat misinformasi digital. Studi yang dilakukan oleh Park (2025) menjelaskan bahwa lebih dari 25% respons AI generatif gagal memenuhi standar verifikasi ahli dan cenderung mereproduksi informasi yang salah atau menyesatkan tanpa klarifikasi yang memadai. [1]

Fenomena misinformasi AI menjadi perhatian serius karena masyarakat cenderung mempercayai output AI yang disampaikan secara cepat, sistematis, dan terlihat meyakinkan. Penelitian dari NewsGuard pada GPT-4 menemukan bahwa AI mampu menghasilkan narasi misinformasi dengan tingkat persuasi yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya. Bahkan, informasi yang salah dapat disampaikan dengan bahasa yang sangat meyakinkan sehingga sulit dibedakan oleh pengguna umum. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan AI juga diikuti oleh peningkatan risiko penyebaran informasi yang tidak valid.

Masalah kepercayaan (*trust*) terhadap AI juga menjadi isu penting dalam era digital saat ini. Kepercayaan pengguna terhadap AI menentukan sejauh mana masyarakat akan menerima, menggunakan, dan mengandalkan teknologi tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian Thaiduong (2026) menjelaskan bahwa masyarakat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap kemampuan AI, namun pada saat yang sama muncul kekhawatiran terkait integritas, etika, dan potensi manipulasi informasi oleh AI. [2] Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara AI dan kepercayaan pengguna bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh pengalaman pengguna terhadap kualitas informasi yang dihasilkan.

Selain itu, penelitian Đerić (2025) menyatakan bahwa kekhawatiran terbesar pengguna AI berasal dari fenomena *hallucination*, yaitu kondisi ketika AI menghasilkan informasi yang terlihat benar tetapi sebenarnya salah secara faktual. [3] Permasalahan ini semakin kompleks karena sebagian besar pengguna tidak melakukan proses verifikasi ulang

terhadap informasi yang diberikan AI. Banyak pengguna langsung menggunakan output AI sebagai referensi tanpa membandingkan dengan sumber lain yang kredibel.

Perilaku verifikasi informasi menjadi faktor penting dalam mengurangi dampak misinformasi AI. Verifikasi informasi merupakan tindakan pengguna untuk memeriksa kembali validitas output AI melalui sumber lain yang terpercaya. Penelitian Kuznetsova dkk. (2023) menunjukkan bahwa kemampuan AI dalam mengevaluasi kebenaran informasi masih memiliki variasi tingkat akurasi tergantung konteks, bahasa, dan topik tertentu.[4] Oleh karena itu, perilaku verifikasi pengguna menjadi mekanisme pengendali yang dapat meminimalkan risiko kesalahan informasi.

Fenomena meningkatnya penggunaan AI di masyarakat umum tidak selalu diikuti dengan peningkatan literasi digital dan kesadaran verifikasi informasi. Banyak pengguna menganggap AI sebagai sumber informasi yang selalu benar karena kemampuan sistem dalam menghasilkan jawaban yang cepat dan detail. Padahal, beberapa penelitian menunjukkan bahwa semakin natural dan meyakinkan bahasa AI, maka semakin tinggi pula potensi pengguna mempercayai informasi yang salah. Konsep ini dikenal sebagai *AI trust paradox*, yaitu kondisi ketika peningkatan kualitas komunikasi AI justru membuat pengguna semakin sulit membedakan informasi benar dan salah.[5]

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis secara empiris hubungan antara pengalaman masyarakat terhadap misinformasi AI dan tingkat kepercayaan pengguna terhadap output AI. Penelitian ini juga mengkaji peran perilaku verifikasi sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Analisis empiris ini penting dilakukan karena penggunaan AI pada masyarakat umum terus meningkat, sementara penelitian mengenai perilaku pengguna AI di Indonesia masih relatif terbatas.

Identifikasi masalah dalam penelitian ini meliputi beberapa aspek utama.

1. Meningkatnya penggunaan AI generatif pada masyarakat umum belum diimbangi dengan kemampuan evaluasi informasi yang memadai.
2. Masyarakat masih memiliki kecenderungan mempercayai output AI meskipun terdapat potensi misinformasi.
3. Perilaku verifikasi informasi oleh pengguna AI masih rendah.
4. Belum diketahui secara pasti bagaimana pengalaman pengguna terhadap misinformasi AI mempengaruhi tingkat kepercayaan mereka terhadap AI.
5. Belum banyak penelitian yang menguji peran perilaku verifikasi sebagai variabel moderasi dalam konteks penggunaan AI generatif.

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat pengalaman masyarakat terhadap misinformasi AI?
2. Bagaimana tingkat kepercayaan masyarakat terhadap output AI?
3. Apakah pengalaman terhadap misinformasi AI berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan pengguna?
4. Apakah perilaku verifikasi memoderasi hubungan antara pengalaman misinformasi AI dan tingkat kepercayaan pengguna?

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat pengalaman masyarakat terhadap misinformasi AI, mengukur tingkat kepercayaan pengguna terhadap output AI, menguji pengaruh pengalaman misinformasi terhadap tingkat kepercayaan pengguna, serta menganalisis peran perilaku verifikasi sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya kajian ilmiah mengenai hubungan antara misinformasi AI, kepercayaan pengguna, dan perilaku verifikasi dalam konteks penggunaan teknologi digital modern. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi empiris dalam pengembangan teori perilaku pengguna terhadap AI generatif.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya verifikasi informasi sebelum menggunakan output AI sebagai dasar pengambilan keputusan. Penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi pengembang teknologi AI untuk meningkatkan akurasi, transparansi, dan keandalan sistem AI. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah, institusi pendidikan, dan organisasi digital dalam menyusun strategi literasi digital yang lebih efektif untuk menghadapi era informasi berbasis AI.

2. Landasan Teori

Artificial Intelligence (AI) merupakan cabang ilmu komputer yang dirancang untuk meniru kemampuan kognitif manusia dalam memahami data, mengambil keputusan, menyelesaikan masalah, dan menghasilkan informasi secara otomatis. Dalam perkembangan modern, AI tidak lagi terbatas pada sistem otomatisasi sederhana, tetapi telah berkembang menjadi teknologi generatif yang mampu menghasilkan teks, gambar, audio, video, hingga analisis kompleks berbasis data. Kemunculan AI generatif seperti ChatGPT, Gemini, Claude, dan Copilot menunjukkan bahwa AI telah menjadi bagian penting dalam aktivitas masyarakat digital modern.

Menurut penelitian Dwivedi dkk. (2023), perkembangan AI generatif memberikan dampak besar terhadap transformasi sosial, pendidikan, bisnis, dan komunikasi digital karena AI mampu meningkatkan efisiensi kerja dan mempercepat akses informasi secara signifikan.[6] AI generatif bekerja menggunakan model bahasa besar (*Large Language Models* atau LLM) yang dilatih dengan miliaran data teks sehingga mampu menghasilkan respons yang terlihat natural dan menyerupai pola komunikasi manusia.

Meskipun AI menawarkan berbagai keuntungan, teknologi ini juga memiliki keterbatasan mendasar dalam memahami konteks, fakta, dan validitas informasi. Sistem AI generatif menghasilkan jawaban berdasarkan probabilitas statistik dari data pelatihan, bukan berdasarkan pemahaman faktual seperti manusia. Akibatnya, AI dapat menghasilkan informasi yang tidak akurat, menyesatkan, atau bahkan sepenuhnya salah namun tetap terlihat meyakinkan. Fenomena ini dikenal sebagai *AI hallucination*.

Penelitian Ji dkk. (2023) menjelaskan bahwa *hallucination* pada AI merupakan kondisi ketika model menghasilkan informasi yang tidak sesuai fakta namun disampaikan dengan struktur bahasa yang logis dan percaya diri.[7] Kondisi tersebut menjadi salah satu tantangan terbesar dalam penggunaan AI generatif karena pengguna sering kali kesulitan membedakan antara informasi benar dan informasi salah yang dihasilkan sistem AI.

Misinformasi dalam konteks AI merujuk pada penyebaran informasi yang tidak akurat atau menyesatkan melalui output sistem AI. Berbeda dengan disinformasi yang dilakukan secara sengaja, misinformasi AI dapat muncul akibat keterbatasan model, bias data pelatihan, atau kesalahan interpretasi konteks. Menurut UNESCO (2023), AI generatif memiliki kemampuan mempercepat penyebaran misinformasi digital karena sistem mampu menghasilkan konten dalam jumlah besar secara cepat dan otomatis.

Peningkatan penggunaan AI di masyarakat umum memperbesar risiko penyebaran misinformasi karena sebagian besar pengguna menganggap AI sebagai sumber informasi yang kredibel. Penelitian dari NewsGuard pada tahun 2023 menunjukkan bahwa beberapa model AI mampu menghasilkan artikel dan narasi palsu yang sulit dibedakan dari berita asli oleh pengguna umum.[8] Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan AI dalam menghasilkan bahasa natural dapat meningkatkan tingkat kepercayaan pengguna terhadap informasi yang sebenarnya tidak valid.

Kepercayaan (*trust*) merupakan faktor penting dalam interaksi manusia dengan teknologi. Dalam konteks AI, kepercayaan menggambarkan keyakinan pengguna bahwa sistem AI mampu memberikan informasi dan rekomendasi yang akurat, aman, dan dapat diandalkan. Menurut Glikson dan Woolley (2020), tingkat kepercayaan terhadap AI dipengaruhi oleh akurasi sistem, transparansi proses, pengalaman pengguna, serta persepsi terhadap kemampuan teknologi tersebut.

Kepercayaan yang terlalu tinggi terhadap AI dapat menimbulkan ketergantungan berlebihan (*overreliance*). Kondisi ini terjadi ketika pengguna menerima output AI tanpa melakukan evaluasi kritis atau verifikasi tambahan. Penelitian Bansal dkk. (2021) menunjukkan bahwa pengguna cenderung mengikuti rekomendasi AI meskipun sistem memberikan jawaban yang salah, terutama ketika AI dianggap memiliki tingkat kecerdasan tinggi.[9] Fenomena tersebut menjadi perhatian penting karena dapat mempengaruhi kualitas pengambilan keputusan pengguna.

Dalam teori perilaku teknologi, kepercayaan terhadap sistem digital sering dikaitkan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM). Model ini menjelaskan bahwa penerimaan pengguna terhadap teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat. Dalam konteks AI generatif, pengguna yang merasa AI membantu pekerjaan dan memberikan respons cepat cenderung memiliki tingkat kepercayaan lebih tinggi terhadap output sistem.

Namun demikian, meningkatnya pengalaman pengguna terhadap kesalahan AI dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan tersebut. Penelitian Siau dan Wang (2020) menjelaskan bahwa pengalaman negatif terhadap AI, seperti kesalahan informasi atau rekomendasi yang tidak akurat, dapat menurunkan kepercayaan pengguna terhadap sistem AI secara signifikan.

Selain faktor pengalaman, perilaku verifikasi informasi juga menjadi elemen penting dalam penggunaan AI generatif. Verifikasi informasi merupakan proses memeriksa ulang kebenaran suatu informasi dengan membandingkan pada sumber lain yang lebih kredibel. Dalam konteks digital, perilaku verifikasi menjadi bagian dari literasi informasi dan literasi digital masyarakat.

Menurut penelitian Metzger dan Flanagin (2021), perilaku verifikasi informasi merupakan kemampuan penting dalam menghadapi arus informasi digital yang sangat cepat dan kompleks. Pengguna yang memiliki kebiasaan memverifikasi informasi cenderung lebih kritis terhadap sumber digital dan lebih mampu mengidentifikasi informasi yang tidak valid.

Perilaku verifikasi juga memiliki hubungan erat dengan penggunaan AI. Pengguna yang aktif melakukan pemeriksaan ulang terhadap output AI memiliki kemungkinan lebih kecil untuk mempercayai informasi yang salah. Sebaliknya, pengguna yang tidak melakukan verifikasi cenderung menerima output AI secara langsung tanpa proses evaluasi. Penelitian Zhang dan Dafoe (2020) menunjukkan bahwa kemampuan berpikir kritis dan perilaku verifikasi dapat mengurangi dampak negatif kesalahan AI terhadap pengambilan keputusan manusia.[10]

Dalam penelitian ini, perilaku verifikasi diposisikan sebagai variabel moderasi karena perilaku tersebut diduga dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara pengalaman terhadap misinformasi AI dan tingkat kepercayaan pengguna. Pengguna yang memiliki pengalaman buruk terhadap misinformasi AI namun tetap aktif melakukan verifikasi kemungkinan masih mempertahankan tingkat kepercayaan tertentu terhadap AI. Sebaliknya, pengguna yang tidak melakukan verifikasi mungkin mengalami penurunan kepercayaan yang lebih besar ketika menemukan kesalahan AI.

Kajian empiris terkait hubungan antara misinformasi AI, kepercayaan pengguna, dan perilaku verifikasi masih relatif baru, terutama pada masyarakat umum di Indonesia. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak membahas aspek teknis AI dibandingkan perilaku sosial pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki relevansi penting untuk memahami bagaimana masyarakat merespons perkembangan AI generatif dalam konteks kepercayaan informasi digital.

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, penelitian ini mengembangkan kerangka konseptual yang menjelaskan bahwa pengalaman terhadap misinformasi AI berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan pengguna terhadap output AI. Selanjutnya, perilaku verifikasi diprediksi memoderasi hubungan tersebut melalui kemampuan pengguna dalam mengevaluasi validitas informasi yang dihasilkan AI. Kerangka konseptual ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai perilaku masyarakat dalam menghadapi perkembangan teknologi AI generatif di era digital saat ini.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis hubungan antara pengalaman masyarakat terhadap misinformasi *Artificial Intelligence* (AI), tingkat kepercayaan pengguna terhadap output AI, serta perilaku verifikasi sebagai variabel moderasi. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran hubungan antarvariabel secara empiris menggunakan data numerik yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden.

Metode survei digunakan karena mampu memberikan gambaran objektif mengenai persepsi, pengalaman, dan perilaku pengguna AI pada masyarakat umum. Menurut Creswell (2021), penelitian kuantitatif dengan metode survei efektif digunakan untuk mengukur kecenderungan perilaku populasi melalui analisis statistik yang sistematis.

Penelitian ini dilaksanakan pada masyarakat umum yang pernah menggunakan teknologi AI generatif seperti ChatGPT, Gemini, Claude, Copilot, atau aplikasi AI lainnya. Fokus penelitian diarahkan pada pengguna aktif AI yang memanfaatkan teknologi tersebut untuk mencari informasi, membantu pekerjaan, pendidikan, komunikasi, maupun aktivitas sehari-hari. Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan kuesioner berbasis *Google Form* agar dapat menjangkau responden secara lebih luas dan efisien.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat umum yang pernah menggunakan AI generatif. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena responden harus memenuhi kriteria tertentu, yaitu pernah menggunakan AI generatif minimal satu kali dalam aktivitas sehari-hari.

Menurut Sugiyono (2022), *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Penggunaan teknik ini dinilai sesuai karena penelitian membutuhkan responden yang memiliki pengalaman langsung menggunakan AI sehingga mampu memberikan jawaban yang relevan terhadap variabel penelitian.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert 1 sampai 5. Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan penelitian. Menurut Joshi dkk. (2015), skala Likert merupakan instrumen yang efektif untuk mengukur sikap, persepsi, dan opini responden terhadap suatu fenomena sosial secara kuantitatif.

Kategori skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Variabel penelitian terdiri dari variabel independen, variabel dependen, dan variabel moderasi. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Pengalaman terhadap Misinformasi AI (X), variabel dependen adalah Tingkat Kepercayaan terhadap Output AI (Y), sedangkan variabel moderasi adalah Perilaku Verifikasi (Z).

Variabel Pengalaman terhadap Misinformasi AI digunakan untuk mengukur sejauh mana responden pernah mengalami kesalahan, ketidakakuratan, atau informasi menyesatkan yang dihasilkan oleh AI. Variabel ini diukur menggunakan lima indikator pertanyaan, yaitu Q1, Q2, Q3, Q4, dan Q5.

Variabel Tingkat Kepercayaan digunakan untuk mengukur tingkat keyakinan responden terhadap keandalan, akurasi, dan manfaat output AI. Variabel ini diukur menggunakan lima indikator pertanyaan, yaitu Q6, Q7, Q8, Q9, dan Q10.

Variabel Perilaku Verifikasi digunakan untuk mengukur kebiasaan responden dalam memeriksa ulang informasi yang dihasilkan AI sebelum digunakan. Variabel ini berfungsi sebagai variabel moderasi dan diukur menggunakan dua indikator pertanyaan, yaitu Q11 dan Q12.

Definisi operasional variabel penelitian dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Kode
Pengalaman terhadap Misinformasi AI (X)	Pengalaman menerima informasi salah dari AI	Q1
	AI memberikan jawaban tidak akurat	Q2
	AI menghasilkan informasi menyesatkan	Q3

(Y)	Tingkat Kepercayaan terhadap AI	Kesalahan AI mempengaruhi pemahaman pengguna	Q4	
		Pengguna menemukan ketidaksesuaian output AI	Q5	
		Pengguna percaya terhadap output AI	Q6	
		AI dianggap membantu memberikan informasi	Q7	
		Pengguna merasa AI cukup akurat	Q8	
		Pengguna nyaman menggunakan AI	Q9	
		Pengguna mengandalkan AI dalam aktivitas tertentu	Q10	
		Perilaku Verifikasi (Z)	Pengguna memeriksa ulang output AI	Q11
			Pengguna membandingkan informasi AI dengan sumber lain	Q12

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online kepada responden. Sebelum penyebaran utama dilakukan, instrumen penelitian diuji terlebih dahulu melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap item pertanyaan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana item pertanyaan mampu mengukur variabel yang diteliti. Menurut Ghazali (2021), item dikatakan valid apabila nilai korelasi item terhadap total skor lebih besar dari nilai r tabel atau memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Sementara itu, uji reliabilitas dilakukan menggunakan nilai Cronbach Alpha. Instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,70.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak statistik seperti SPSS atau SmartPLS. Tahapan analisis data terdiri dari analisis deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis.

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban pada setiap variabel penelitian. Analisis ini dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata, persentase, standar deviasi, dan distribusi frekuensi jawaban responden.

Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal. Uji multikolinearitas digunakan untuk memastikan tidak terdapat hubungan linear yang tinggi antarvariabel independen. Sementara itu, uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dalam model regresi.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Analisis regresi digunakan untuk menguji pengaruh pengalaman terhadap misinformasi AI terhadap tingkat kepercayaan pengguna. Sementara itu, MRA digunakan untuk menguji apakah perilaku verifikasi mampu memoderasi hubungan antara pengalaman misinformasi dan tingkat kepercayaan pengguna.

Model persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e \quad (1)$$

Keterangan:

Y = Tingkat Kepercayaan terhadap AI

X = Pengalaman terhadap Misinformasi AI

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = Error

Sementara model moderasi dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X + b_2Z + b_3(XZ) + e \quad (2)$$

Keterangan:

Y = Tingkat Kepercayaan terhadap AI

X = Pengalaman terhadap Misinformasi AI

Z = Perilaku Verifikasi

XZ = Interaksi antara X dan Z

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = Error

Kriteria pengujian hipotesis dilakukan menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Hipotesis diterima apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Selain itu, penelitian juga menggunakan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

Metodologi penelitian ini dirancang untuk menghasilkan analisis empiris yang objektif, sistematis, dan terukur mengenai hubungan antara pengalaman misinformasi AI, tingkat kepercayaan pengguna, dan perilaku verifikasi pada masyarakat umum dalam penggunaan teknologi AI generatif.

4. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis hubungan antara pengalaman masyarakat terhadap misinformasi *Artificial Intelligence* (AI), tingkat kepercayaan pengguna terhadap output AI, serta perilaku verifikasi sebagai variabel moderasi. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat umum yang pernah menggunakan teknologi AI generatif seperti ChatGPT, Gemini, Copilot, dan aplikasi AI lainnya.

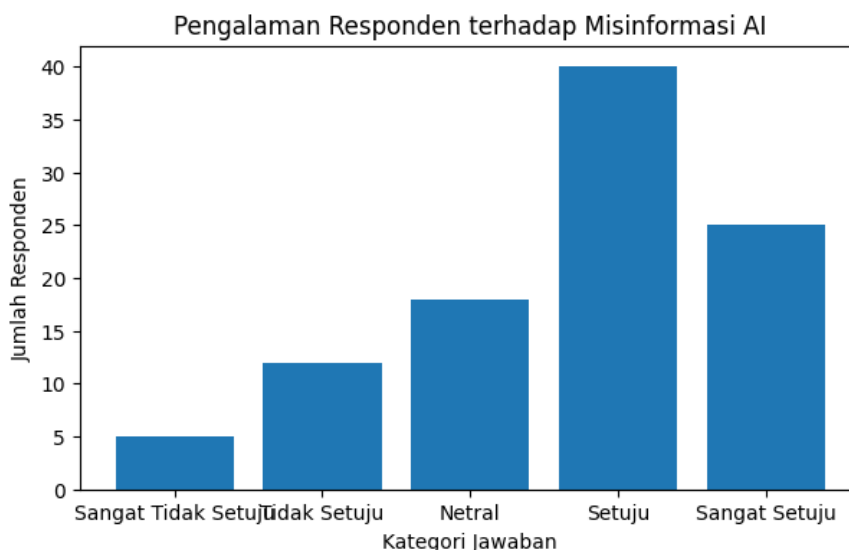
Jumlah responden yang berhasil mengisi kuesioner sebanyak 100 responden. Seluruh data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan perangkat lunak statistik untuk menghasilkan analisis deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, serta pengujian hipotesis penelitian.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, karakteristik responden menunjukkan bahwa penggunaan AI telah tersebar pada berbagai kelompok usia dan latar belakang pendidikan. Mayoritas responden merupakan pengguna aktif AI untuk kebutuhan pendidikan, pencarian informasi, penyusunan tugas, pekerjaan, dan komunikasi digital. Intensitas penggunaan AI yang tinggi menunjukkan bahwa teknologi AI generatif telah menjadi bagian dari aktivitas digital masyarakat modern.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel Pengalaman terhadap Misinformasi AI memiliki nilai rata-rata yang cukup tinggi. Sebagian besar responden menyatakan pernah menerima informasi yang tidak akurat dari AI. Responden juga mengakui bahwa AI terkadang menghasilkan jawaban yang terlihat meyakinkan namun ternyata tidak sesuai fakta. Kondisi ini menunjukkan bahwa misinformasi AI merupakan fenomena nyata yang telah dialami langsung oleh pengguna.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Ji dkk. (2023) yang menjelaskan bahwa AI generatif memiliki kecenderungan menghasilkan *hallucination*, yaitu informasi salah yang disampaikan dengan pola bahasa yang terlihat logis dan terpercaya.[7]Kemampuan AI menghasilkan respons natural menyebabkan pengguna sulit membedakan antara informasi valid dan informasi yang keliru.

Pada indikator Q1 dan Q2, sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa mereka pernah menemukan jawaban AI yang tidak akurat. Sementara itu, pada indikator Q3 dan Q4, responden mengakui bahwa kesalahan AI terkadang mempengaruhi pemahaman mereka terhadap suatu informasi. Hal ini menunjukkan bahwa dampak misinformasi AI tidak hanya terbatas pada kesalahan teknis, tetapi juga dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan pengguna.



Gambar 1. Pengalaman Responden terhadap Misinformasi AI

Variabel Tingkat Kepercayaan terhadap AI menunjukkan nilai rata-rata yang relatif tinggi. Mayoritas responden masih mempercayai AI sebagai alat bantu informasi dan pekerjaan meskipun pernah mengalami kesalahan output AI. Responden menganggap AI mampu memberikan jawaban cepat, praktis, dan membantu meningkatkan efisiensi aktivitas sehari-hari.

Hasil ini mendukung penelitian Glikson dan Woolley (2020) yang menyatakan bahwa kepercayaan pengguna terhadap AI dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan sistem AI. Semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan terhadap teknologi tersebut.

Meskipun demikian, beberapa responden menunjukkan adanya penurunan kepercayaan setelah mengalami kesalahan informasi dari AI. Hal ini terlihat pada indikator Q8 dan Q10, di mana sebagian responden mulai berhati-hati

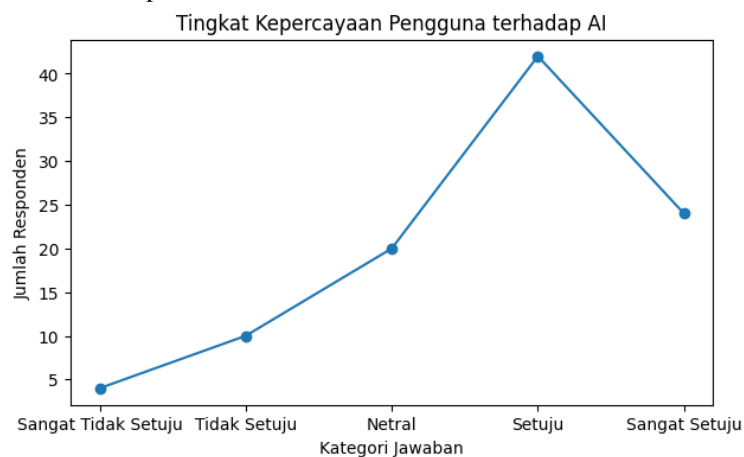
dalam menggunakan output AI sebagai sumber utama informasi. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman terhadap misinformasi AI memiliki hubungan dengan perubahan tingkat kepercayaan pengguna.

Variabel Perilaku Verifikasi menunjukkan hasil yang cukup baik. Sebagian besar responden menyatakan melakukan pemeriksaan ulang terhadap informasi yang dihasilkan AI dengan membandingkan pada sumber lain seperti artikel ilmiah, mesin pencari, buku, maupun media resmi. Namun demikian, masih terdapat sebagian responden yang langsung menggunakan output AI tanpa melakukan verifikasi tambahan.

Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat literasi digital masyarakat masih bervariasi. Pengguna yang memiliki kebiasaan verifikasi cenderung lebih kritis terhadap informasi digital. Sebaliknya, pengguna yang kurang melakukan verifikasi memiliki risiko lebih besar menerima informasi salah dari AI.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Metzger dan Flanagin (2021) yang menjelaskan bahwa perilaku verifikasi informasi merupakan bagian penting dari literasi digital modern dalam menghadapi arus informasi yang cepat dan kompleks. Kemampuan pengguna dalam memeriksa ulang informasi menjadi faktor penting dalam mengurangi dampak negatif misinformasi digital.

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, penelitian terlebih dahulu melakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai korelasi lebih besar dari nilai r tabel dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dengan demikian, seluruh item kuesioner dinyatakan valid dan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat.



Gambar 2. Tingkat Kepercayaan Pengguna terhadap AI

Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha seluruh variabel lebih besar dari 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik dan reliabel untuk digunakan dalam penelitian empiris.

Pengujian asumsi klasik juga menunjukkan hasil yang memenuhi syarat analisis regresi. Uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan tidak terdapat hubungan linear yang tinggi antarvariabel independen. Sementara itu, uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa model regresi bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Hasil analisis regresi linear menunjukkan bahwa pengalaman terhadap misinformasi AI berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan pengguna terhadap output AI. Nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis pertama diterima. Pengaruh yang dihasilkan bersifat negatif, yang berarti semakin tinggi pengalaman pengguna terhadap misinformasi AI, maka tingkat kepercayaan terhadap AI cenderung menurun.

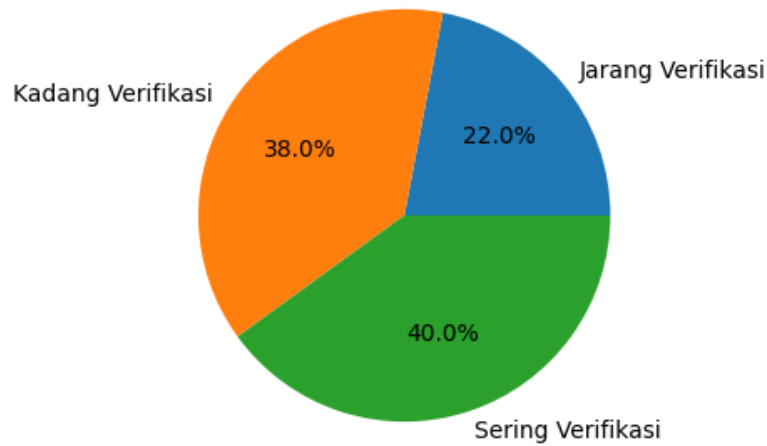
Hasil ini mendukung penelitian Siau dan Wang (2020) yang menjelaskan bahwa pengalaman negatif terhadap AI dapat menurunkan tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem teknologi. Ketika pengguna menemukan kesalahan atau ketidakakuratan informasi, maka persepsi terhadap reliabilitas AI akan berkurang.

Selanjutnya, hasil *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan bahwa perilaku verifikasi memiliki pengaruh moderasi terhadap hubungan antara pengalaman misinformasi AI dan tingkat kepercayaan pengguna. Pengguna yang aktif melakukan verifikasi informasi cenderung memiliki kemampuan lebih baik dalam mengendalikan dampak negatif misinformasi AI terhadap tingkat kepercayaan mereka.

Hal ini menunjukkan bahwa perilaku verifikasi dapat berfungsi sebagai mekanisme pengendali dalam penggunaan AI generatif. Pengguna yang melakukan pemeriksaan ulang terhadap output AI tetap dapat memanfaatkan AI secara optimal tanpa kehilangan kepercayaan secara berlebihan akibat kesalahan sistem.

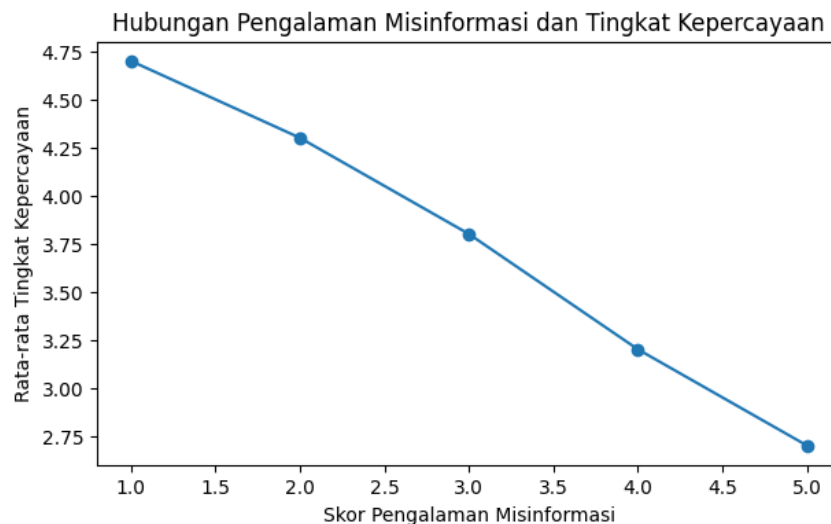
Temuan ini mendukung penelitian Zhang dan Dafoe (2020) yang menyatakan bahwa kemampuan berpikir kritis dan verifikasi informasi dapat mengurangi dampak kesalahan AI terhadap pengambilan keputusan manusia. [10] Semakin tinggi kemampuan verifikasi pengguna, maka semakin kecil risiko terpengaruh oleh misinformasi AI.

Perilaku Verifikasi Informasi Pengguna AI



Gambar 3. Prilaku Verifikasi Informasi Pengguna AI

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa AI generatif memiliki manfaat besar dalam mendukung aktivitas masyarakat modern, namun juga memiliki risiko misinformasi yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pengguna. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital dan perilaku verifikasi informasi menjadi faktor penting dalam penggunaan AI secara bijak dan bertanggung jawab.



Gambar 4. Hubungan Pengalaman Misinformasi dan Tingkat Kepercayaan

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa masyarakat tidak sepenuhnya kehilangan kepercayaan terhadap AI meskipun pernah mengalami misinformasi. Sebagian besar pengguna tetap menggunakan AI karena manfaat praktis yang diberikan lebih besar dibandingkan risiko yang dirasakan. Kondisi ini menunjukkan bahwa hubungan antara AI dan kepercayaan pengguna bersifat adaptif dan dipengaruhi oleh pengalaman serta kemampuan literasi digital pengguna itu sendiri.

5. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara pengalaman masyarakat terhadap misinformasi *Artificial Intelligence* (AI), tingkat kepercayaan pengguna terhadap output AI, serta perilaku verifikasi sebagai variabel moderasi. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa masyarakat umum telah cukup familiar dengan penggunaan AI generatif dalam berbagai aktivitas sehari-hari, terutama untuk pencarian informasi, pendidikan, komunikasi, dan pekerjaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden pernah mengalami misinformasi dari output AI, seperti jawaban yang tidak akurat, informasi yang menyesatkan, maupun ketidaksesuaian fakta. Fenomena ini menunjukkan bahwa AI generatif masih memiliki keterbatasan dalam menghasilkan informasi yang sepenuhnya valid

dan akurat. Meskipun demikian, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap AI masih tergolong tinggi karena AI dianggap mampu memberikan kemudahan, efisiensi, dan kecepatan dalam memperoleh informasi.

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengalaman terhadap misinformasi AI berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan pengguna. Semakin sering pengguna menemukan kesalahan atau ketidakakuratan informasi dari AI, maka tingkat kepercayaan terhadap output AI cenderung menurun. Temuan ini membuktikan bahwa kualitas informasi menjadi faktor penting dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan pengguna terhadap teknologi AI.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa perilaku verifikasi memiliki peran moderasi terhadap hubungan antara pengalaman misinformasi dan tingkat kepercayaan pengguna. Pengguna yang aktif melakukan pemeriksaan ulang terhadap output AI cenderung lebih mampu mengendalikan dampak negatif misinformasi. Perilaku verifikasi membantu pengguna tetap memanfaatkan AI secara optimal tanpa langsung kehilangan kepercayaan terhadap teknologi tersebut.

Penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan penggunaan AI di masyarakat harus diimbangi dengan peningkatan literasi digital dan kemampuan berpikir kritis. Pengguna perlu memahami bahwa AI bukan sumber informasi yang sepenuhnya sempurna sehingga proses verifikasi tetap diperlukan sebelum informasi digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan.

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran dapat diberikan. Bagi masyarakat umum, penting untuk membiasakan diri melakukan verifikasi informasi dari AI melalui sumber lain yang terpercaya. Bagi pengembang teknologi AI, diperlukan peningkatan akurasi sistem, transparansi sumber informasi, dan pengurangan risiko *hallucination* pada AI generatif. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain seperti literasi digital, tingkat pendidikan, intensitas penggunaan AI, atau faktor psikologis pengguna agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa AI generatif memberikan manfaat besar bagi masyarakat modern, namun tetap memerlukan penggunaan yang kritis, selektif, dan bertanggung jawab agar risiko misinformasi dapat diminimalkan.

Daftar Pustaka

- [1] S. Park and X. Nan, "Generative AI and misinformation: a scoping review of the role of generative AI in the generation, detection, mitigation, and impact of misinformation," Feb. 01, 2025, *Springer Science and Business Media Deutschland GmbH*. doi: 10.1007/s00146-025-02620-3.
- [2] N. Thaiduong, "Public trust in AI: A dynamic social media view," *Social Sciences and Humanities Open*, vol. 13, Jun. 2026, doi: 10.1016/j.ssaho.2026.102457.
- [3] E. Đerić, D. Frank, and M. Milković, "Trust in Generative AI Tools: A Comparative Study of Higher Education Students, Teachers, and Researchers," *Information (Switzerland)*, vol. 16, no. 7, Jul. 2025, doi: 10.3390/info16070622.
- [4] E. Kuznetsova, M. Makhortykh, V. Vziatyshcheva, M. Stolze, A. Baghumyan, and A. Urman, "IN GENERATIVE AI WE TRUST: CAN CHATBOTS EFFECTIVELY VERIFY POLITICAL INFORMATION?"
- [5] Noname, "AI trust paradox," wikipedia.org. Accessed: May 12, 2026. [Online]. Available: https://en.wikipedia.org/wiki/AI_trust_paradox
- [6] Y. K. Dwivedi *et al.*, "'So what if ChatGPT wrote it?' Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy," *Int. J. Inf. Manage.*, vol. 71, Aug. 2023, doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642.
- [7] J. T. A. Andrews, D. Zhao, W. Thong, A. Modas, O. Papakyriakopoulos, and A. Xiang, "Ethical Considerations for Responsible Data Curation," Dec. 2023, [Online]. Available: <http://arxiv.org/abs/2302.03629>
- [8] Sara Fischer, "Exclusive: GPT-4 readily spouts misinformation, study finds," *Axios*. Accessed: May 12, 2026. [Online]. Available: <https://www.axios.com/2023/03/21/gpt4-misinformation-newsguard-study>
- [9] G. Bansal, T. Wu, and J. Zhou, "Does the whole exceed its parts? The effect of ai explanations on complementary team performance," in *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, Association for Computing Machinery, May 2021. doi: 10.1145/3411764.3445717.
- [10] D. Hendrycks *et al.*, "Measuring Massive Multitask Language Understanding," Jan. 2021, [Online]. Available: <http://arxiv.org/abs/2009.03300>